



ЗБОРНИК НА ТРУДОВИ

Петта меѓународна научна конференција
„Науката - поддршка на развојот во Југоисточна Европа “



Скопје 15-16 декември 2017

ЗБОРНИК НА ТРУДОВИ: Петта меѓународна научна конференција
„Науката – поддршка на развојот во Југоисточна Европа“

Организатор: Институт за дигитална форензика
Универзитет „Евро-Балкан“ - Скопје

Уредник: Проф.д-р Сашо Гелев

Издавач: Универзитет „ЕВРО-БАЛКАН“ Скопје
Република Македонија
www.euba.edu.mk

CIP - Каталогизација во публикација
Национална и универзитетска библиотека "Св. Климент Охридски", Скопје

001.3:330/378(497.7)(062)

МЕЃУНАРОДНА научна конференција (5 ; 2017 ; Скопје)
Науката - поддршка на развојот во Република Македонија : зборник
на трудови /Петта меѓународна научна конференција, Скопје 15-16 декември, 2017 ;
[уредник Сашо Гелев]. - Скопје: Универзитет
"Евро-Балкан", 2017. - 145 стр. : илустр. ; 30 см

Текст на мак. и англ. јазик. - Фусноти кон текстот. - Библиографија кон трудовите

ISBN 978-608-4714-19-4

а) Научен развој - Општествени науки - Македонија - Собири
COBISS.MK-ID 105396490

Сите права ги задржува издавачот и авторите

Програмски одбор

- ❖ Проф. Д-р Драгор Заревски, Универзитет Евро Балкан – Претседател;
- ❖ Проф. Д-р Сашо Гелев – Електротехнички факултет Радовиш Универзитет Гоце Делчев Штип, Република Македонија копретседател;
- ❖ Проф. д-р Влатко Чингоски, Електротехнички факултет Радовиш Универзитет Гоце Делчев Штип, Република Македонија;
- ❖ Проф. Д-р Божо Крстајиќ, Електротехнички факултет - Подгорица, Црна Гора;
- ❖ Проф. Гоце Митревски, Аубурн Универзитет, Аубурн, САД;
- ❖ Проф. Денис Химчи, Универзитет „Александар Џувани“, Елбасан, Албанија;
- ❖ Проф. Ахмед Ајтач, Селџук Универзитет, Конија, Турција;
- ❖ Проф. Кубилај Акман, Ушак Универзитет, Ушак, Турција;
- ❖ Проф. Светлана Антова, Бугарска Акаемија на Науките, СОФија, Бугарија;
- ❖ Проф. д-р Здравко Скакавац, Факултет за правне и пословне студии, Универзитет УССЕ, Нови Сад;
- ❖ Проф. д-р Лада Садиковиќ, Факултет за криминалистика, криминологија и безбедност, Универзитет во Сараево;
- ❖ Проф. д-р Гордан Калаџиќев, Правен факултет, Универзитет Св. Кирил и Методиј – Скопје, Република Македонија;
- ❖ Проф. Д-р Никола Протрка, Полициска академија, Загреб, Република Хрватска;
- ❖ Проф. Д-р Стефан Сименов, Академија за внатрешни работи на Република Бугарија;
- ❖ Доц. д-р Снежана Черепналковска Дуковска, Универзитет Евро Балкан, Република Македонија, член
- ❖ Доц. д-р Мимоза Клековска, Универзитет Евро Балкан, Република Македонија, член;
- ❖ Проф. д-р Роман Голубовски, Природно математички факултет, Универзитет Св. Кирил и Методиј Скопје, Република Македонија;
- ❖ Проф. д-р Марјан Николовски, Факултет за безбедност, Универзитет Св. Климент Охридски, Битола, Република Македонија.

Организациски одбор

- ❖ Проф. д-р Сашо Гелев, – Електротехнички факултет Радовиш Универзитет Гоце Делчев Штип, Република Македонија, претседател;
- ❖ Доц. д-р Мимоза Клекоска, Универзитет Евро Балкан, Република Македонија, член;
- ❖ Проф. Д-р Божо Крстајиќ, Електротехнички факултет - Подгорица, Црна Гора, член;
- ❖ Доц. д-р Снежана Черепналковска Дуковска, Универзитет Евро Балкан, Република Македонија, член;
- ❖ Проф. Гоце Митревски, Аубурн Универзитет, Аубурн, САД, член;
- ❖ Проф. Денис Химчи, Универзитет „Александар Џувани“, Елбасан, Албанија, член;
- ❖ Проф. Ахмед Ајтач, Селџук Универзитет, Конија, Турција, член;
- ❖ Проф. Кубилај Акман, Ушак Универзитет, Ушак, Турција, член;
- ❖ м-р Игор Панев, Универзитет Евро Балкан, Република Македонија, член;
- ❖ Зорица Каевиќ, Универзитет Евро Балкан, Република Македонија, член;
- ❖ Ивана Гелева Универзитет Евро Балкан, Република Македонија, член.

Milica Sutova¹

Faculty of Law

University “Goce Delcev”-Stip

ЕКОНОМСКО-ПРАВНИ АСПЕКТИ НА ТРГОВСКАТА МАРКА

Анстракт: Предмет на анализа во овој труд е значењето на правата од трговската марка и нивното влијание на економскиот промет.

Најнапред е даден приказ на начините на стекнување на субјективно право. Притоа авторот истакнува дека заштитата на трговската марка влијае позитивно врз економскиот раст и развој, односно генерира правна сигурност за претприемачите на полето на градењето на својот имиџ низ призмата на трговските марки, знакови на своите производи. Понатаму, преку начелото на совесност и чесност укажува на неговата тесна врска со принципите на кои почива здравата и лојална конкуренција на полето на индустриската сопственост.

Целта на овој труд е да се укаже дека само ефикасен систем на заштита ќе придонесе кон стабилизирање на економскиот промет на стоки и услуги, што е од суштествено значење за растот и развојот на економските параметри ширум светот.

Клучни зборови: економски промет, начело на совесност и чесност, трговска марка, правна заштита итн.

ECONOMIC-LEGAL ASPECTS OF THE TRADEMARKS

Abstract: The subject of analysis in this paper is the importance of the trademark rights and their influence on the economic turnover. Initially, an overview of the manners of acquiring a subjective right are given. The author points out that the protection of the trademark affects positively on the economic growth and development, that is, generates legal certainty for entrepreneurs in the field of building of their image through the trademark prism, signs of their products. Furthermore, through the principle of good faith indicates its close connection with the principles on which rests a healthy and fair competition in the field of industrial property. Namely, the purpose of this paper is to indicate that the only effective protection system will contribute to the stabilization of the economic transactions of goods and services, which is essential for the growth and development of the economic parameters worldwide.

Key words: economic turnover, tenet of fairness and honesty, trademark, legal protection, etc.

¹ Assistant Professor of Faculty of Law University “Goce Delcev”-Stip, (milica.sutova@ugd.edu.mk)

Вовед

Со развојот на индустријата и трговијата, а особено со зголемувањето на стоките и услугите на пазарот, се појавила потребата на масовно обележување на стоки која добива не само економско туку и правно значење. Значењето на правната димензија на трговски марки произлегува од потребата да се заштитат правата во смисла на соодветен правен третман што ќе генерира соодветни економски придобивки.

Се поголемиот раст на пазарната економија ја наметнала потребата од континуирано натпреварување помеѓу производителите и трговците со единствена цел и тоа: како да им понудат на потрошувачите различни стоки во иста категорија, а притоа како да ги исполнат нивните очекувања. Знаците првенствено имале економска и психолошка функција која најмногу се одразувала на потрошувачкиот сектор и неговите аспирации кон одредени марки на производи (ова практика најмногу доаѓа до израз на полето на B2C договорите каде што потрошувачкиот сектор под влијание на една психолошка димензија се одлучува за потребата од консумирање на точен производ).

Знакот како индикатор на квалитет, односно знакот како еквивалент на волјата на потрошувачот да го купи конкретен производ. Во основа и целата индустриска сопственост е условена од развојот на економијата, и потребата од правна надградба на заштита на овие субјективни права. Под влијание на процесот на глобализација во светски рамки, концентрацијата на капиталот во неколку гиганти на компании, експанзијата на создавање на фирми (*мајка-керка*),² потребата од заштита на трговските марки се зголемила. Попрецизно, нужно се наметнала потребата, компаниите - иако со својство на посебни правни ентитети, да го уредуваат прашањето за заштита на марките што ги користат и со кои ги пласираат нивните производи.

Заштитата на трговската марка е надградба на економскиот и производствениот развој на трговците. Како и фактот што заштитата на трговската марка влијае позитивно врз економскиот раст и развој, односно генерира правна сигурност за претприемачите на полето на градењето на својот имиџ низ призмата на трговските марки, знакови на своите производи.

1. Стекнување на субјективно право на трговска марка

Големиот број на стоки и услуги на пазарот ја поттикна потребата од меѓусебно разликување, како, и на кој начин би им се овозможило на потрошувачите³ односно корисниците на услугите да препознаат од каде потекнуваат производите и услугите и по кој основ тие да се определат на нивно купување или користење на услуги. Следствено, овозможувањето на потрошувачите да го идентификуваат производот без оглед дали се работи

²Нагласувањето на зголемената потреба од заштита на правата од индустриска сопственост со акцент на заштитата на трговските марки е во тесна врска со ширењето на деловните потфати на субјектите трговци, експанзијата на статусните промени на трговските друштва и учеството на поврзани друштва на пазарот на стоки и услуги. Во контекст на македонското законодавство, поврзани друштва се правно самостојни друштва кои се поврзуваат и кои воспоставуваат меѓусебни односи како: друштво коешто во друго друштво има учество, значајно учество, мнозинско учество или мнозинско право во одлучувањето или заемно учество и зависно, владејачко друштво и друштва кои дејствуваат заеднички (ЗГД, 491/2).

³„потрошувач“ во смисла на Законот за заштита на потрошувачите („Службен весник на Република Македонија“ бр. 38/2004, 77/2007, 103/2008, 24/2011, 164/2013, 97/2015 и 152/2015, во понатамошниот текст ЗЗП), е секое физичко лице кое купува производи или користи услуги за непосредна сопствена потрошувачка во деловни простории на трговецот, надвор од деловните простории како и со договори на далечина за цели кои не спаѓаат во рамките на неговата трговска, стопанска, занаетчиска или професионална дејност.

за стоки или услуги на одреден трговец⁴ претставува **главна функција на трговската марка за разликување од други идентични или слични производи на конкурентите.**

Во денешницата, односно во модерните услови на реализирање на правниот промет, постојат два основни начини на стекнување на право на трговска марка како субјективно право од индустриска сопственост и тоа:

- *Стекнување на право на трговска марка со употреба на знак* (тоа се добро познатите трговски марки) и,
- *Регистрација на правото во соодветен регистар.*⁵

Согласно првиот начин предвиден во теоријата и практиката, при употреба на одреден знак за обележување на стоки или услуги, приоритет во поглед на стекнување на правото како субјективно има тој што прв употребил одреден знак за обележување на стоките или услугите. Попрецизно, етаблирањето на одредена компанија преку подолгогодишно употребување на конкретен знак, без разлика што не е регистриран во соодветен регистар, дава соодветни права на носителот на ова право.

Стекнување на право на трговска марка со употреба претставува традиција која се применува во англосаксонското право.⁶ Овој систем е усвоен во повеќе земји како Швајцарија, Бразил, Велика Британија, САД, Италија.⁷

Согласно овој систем за стекнување на право на трговска марка не е потребно да се води постапка бидејќи тоа субјективно право се стекнува на основ на фактичкото користење за што е потребно да бидат исполнети посебни услови. Основниот недостаток на овој систем се огледа во зголемениот степен на правна несигурност. А тоа е дека во конкретни случаи тешко се утврдува датумот на фактичкиот почеток на користење на знакот, односно датумот од кога титуларот на трговската марка има првенство во однос на другиот корисник на ист знак за исти или слични видови на стоки или услуги. Според системот на регистрација, право на трговска марка се стекнува со упис на трговската марка во регистарот, по спроведување на постапка во која надлежен орган (ДЗИС), утврдува дали се исполнети услови за признавање на правото. Предност на овој систем е високиот степен на правна сигурност која е резултат на постоење на јавна исправа во која се впишува пријавата на трговската марка и регистрираните трговски марки.

Според системот на регистрација, за стекнување на право на трговска марка, заштита на одреден знак кај надлежен орган, потребно е да бидат исполнети одредени услови. Бидејќи условите кои се однесуваат на предметот на заштита односно на знакот се материјални тие мора да бидат исполнети на денот на поднесување на пријавата за признавање на правото на трговска марка односно на денот на поднесување на првенствена пријава за признавање на правото.

⁴Во економската литература трговецот честопати се изедначува со претпријатие, фирма, компанија итн. Не станува збор само за термиолошка детерминација. Имено, претпријатие во смисла на ЗТД претставува деловен потфат и објект на правото што може да биде предмет на купопродажба. Наспроти ова, фирмата во смисла на ЗТД претставува називот под кој што еден субјект со статус на трговец ги извршува своите деловни активности. Конечно, терминот компанија е пенетриран во Македонскиот правен систем под влијание на компаративната терминологија. Сепак, за правилна примена на материјалното и меродавно право од суштествено значење е да се утврди статусот на субјектот. Според ЗТД, трговец е секој субјект кој што е регистриран во трговскиот регистар, врши трговска дејност во една од формите што ги познава ЗТД (АК, КД; КДА, ЈТД, ДОО-ДООЕЛ, ТП – трговец поединец).

⁵Овие два начини на стекнување на правата се потврдени во практиката преку бројни пресуди помеѓу кои и пресудата на Трговскиот Суд на Белград што ја цитиравме и образложивме во делот на елаборирање за нелојалната конкуренција и начелата на совесност и чесност.

⁶Марковић, С.М., Право интелектуалне својине, Службени гласник, Белград, 2000 година, стр.147.

⁷Besarović, V., Intelektualna svojina, udžbenik, Beograd, 2000 година, стр.148

Наспроти ова, формалните услови се однесуваат на субјектите кои бараат заштита односно признавање на право.⁸ Материјалните услови се позитивни и негативни. Најбитен основен позитивен услов е знакот да биде дистинктивен и да може графички да се прикаже што претставува услов предвиден скоро во повеќе компаративни правни системи.

Анализирајќи ги правните режими глобално и низ призмата на компаративните законски решенија, во теоријата и практиката се разликуваат два вида на барања кои постојат во сите национални закони за трговски марки и тоа:

- Првиот вид се однесуваат на основната функција на трговската марка, а тоа е разликување на стоките и услугите на едно претпријатие од оние стоки или услуги на друго трговско друштво;
- Вториот вид се однесува на потенцијалните негативни ефекти на трговската марка ако е спротивна на јавниот поредок или моралот.⁹

Овие барања се опфатени и во Париската конвенција, според која трговските марки уживаат правна заштита согласно член 6 quinquies. Согласно Париската конвенција, како прва причина за одбивање или поништување на трговската марка, согласно член 6 quinquies, се применува во ситуации кога марката е од таква природа да може да им штети на стекнатите права од трети лица во земјата во која се бара заштита. Втората причина за одбивање или поништување се состои од 3 групи и тоа:

а) Кога марката е лишена од дистинктивност;

б) Дескриптивноста: и кога е вообичаена за означување на стоките и услугите.

Третата група се однесува на случаи кога трговската марка е спротивна на моралот и јавниот поредок во земјите каде што се бара заштита.¹⁰ Оваа група опфаќа два вида на пречки, а тоа се:

- Апсолутни и,
- Релативни.

Присуството на која и да било од овие пречки повлекува одбивање на барањето за заштита на знакот со трговска марка.

2. Влијанието на правото од трговска марка врз економско-правниот промет

Во правно-економскиот промет трговската марка најчесто се изедначува со знакот, односно се заборава дека всушност станува збор за право на основ кое титуларот е овластен да ја користи својата заштитена ознака во правниот промет. Следствено на ова самата дефиниција јасно укажува на тоа дека знакот не е трговска марка, ниту пак со самото користење на одреден знак и во подолг временски период знакот може да биде трговска марка (со трговската марка се штити знакот). За разлика од трговската марка, знакот е секоја ознака која може графички да се прикаже и која може да се состои од различни комбинации кои

⁸ Honrado, F., Overview of trademark procedures in Europe, in particular at the Office for the Harmonisation of the Internet Market- Меѓународен семинар: CARDS I prava intelektualne svojine u Evropi-Beograd, 2003 godina.

⁹ Симјановски, С., Трговска Марка-апсолутни и релативни причини за одбивање на пријавата за трговска марка, Државен завод за индустриска сопственост, Скопје, 2009, стр.7

¹⁰ G.H.C Bodenhause, Guide to the Application of the Paris Convention for the Protection of industrial Property-види повеќе:http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/intproperty/611/wipo_pub_611.pdf [пристапено на ден 15.06.2017 година].

одреден субјект ги избира за обележување на своите стоки и услуги со цел да се разликуваат од исти или слични стоки или услуги на друг деловен субјект. Оттука, лицето кое ќе одбере одредена ознака и истата ја заштити кај надлежен орган на свое име, стекнува исклучиво право на користење на таа ознака за одреден вид на стоки или услуги односно стекнува право на трговска марка како субјективно право. Од друга страна лицето кои ќе одбере одредена ознака за обележување на својата стока или услуга и таа ознака ја користи но истата не ја заштити на свое име има само **фактичко право на користење** кое може да го изгуби ако некое друго лице поднесе пријава и ја заштити таа ознака на свое име.

Што значи, на можноста да се бара заштита му претходи постоење на право како основ на кое може да се бара заштита.

Трговската марка е исклучиво субјективно имотно право кое за **предмет на заштита има знак**, кој во прометот служи за обележување на стоки или услуги на физичко или правно лице и е подобен за разликување на стоките или услугите на еден учесник во прометот од стоките или услугите на друг учесник во прометот.

Предмет на трговската марка во материјална смисла е знак кој е подобен за заштита, односно кој исполнува услови за заштита, и не е исклучен од заштита поради апсолутни или релативни причини за одбивање на тоа право.¹¹

Во формална смисла предмет на трговска марка е заштитата на знакот во управната постапка поради стекнување на право на трговска марка, како и судска постапка за заштита од повреда на трговска марка, нелојална конкуренција и сл.¹² Како битен предуслов за креативност на компаниите е заштитата на правата од трговска марка. Неспорно е дека поголемиот дел од потрошувачите во трговската марка го препознаваат правото за економскиот развој на една земја. Трговската марка како дел од нематеријалната актива на компаниите односно интелектуалниот капитал, претставуваат движечка сила на создавање на вредности

2.1 Влијанието на начелото на совесност и чесност во деловните практики

Начелото на совесност и чесност како базично начело на кое почива целокупното граѓанско право, следствено и правата од индустриска сопственост игра круцијална улога во определувањето на правата и обврските на договорните страни (во судските и арбитражни постапки тужител и тужен). Токму по основ на повреда на начелото на совесност и чесност, Врховниот суд во Белград со право ги укинал пресудите на Стопанскиот и Вишиот стопански суд и правилно резонирал дека согласно начелото на совесност и чесност тужителот немал право да регистрира жиг за кој што знаел и не можел да не знае (со оглед на фактот што претходно постапувал како агент за принципалот носителот на жигот) дека е во сопственост, односно дека носител на правото е првотужениот.¹³

Во корелација со начелото на совесност и чесност е и начелото на заштита на лојалната/здрава конкуренција во прометот на стоки и услуги. Се разбира што претставува повреда на овие начела судот констатира од практичната примена на законските прописи од индустриски карактер, или оценување на поведението на тужениот/тужителот во деловниот промет: *согласност со добрите деловни обичаи и добрите бизнис практики во прометот на стоки и услуги.*

¹¹ Zlatović, D., Apsolutni i relativni razlozi za isključenje – uvjeti žigovne zaštite, Hrvatska pravna revija, Zagreb, god. I., br.7., 2001., стр. 56.-69

¹² Elster, A., *Urheber- und Erfinder-, Warenzeichen- und Wettbewerbsrecht*, Zweite Auflage, Berlin – Leipzig, 1928., стр. 363. и 370.

¹³ пресудата на Трговскиот Суд на Белград број 4 П 7892/2010 во постапката на тужителот – противтужен ДОО Медиа –експорт/импорт против тужениот Кепром ДОО второтужен-противтужител ЛИНЕТЕ ХЕЛАС од Грција.

Имплементацијата на принципот на начелото на совесност и чесност во *in concerto* случаи е присутно во пресудата на Трговскиот суд на Белград број 4 П 7892/2010 во постапката на **тужителот – противтужениот ДОО Медиа –експорт/импорт против тужениот Кепром ДОО и второтужен-противтужител ЛИНЕТЕ ХЕЛАС од Грција.**

Имено, Трговскиот суд во Белград на ден 01. јули, 2011 година донел пресуда со која што во ставот 1 од изреката на пресудата го **одбива тужбеното барање на тужителот/противтужен, и во ставот 2 од изреката на пресудата дозволил објективно преиначување на тужбеното барање на второтужениот/противтужител.**

Во ставот 3 во изреката на пресудата е утврдено дека **правото на жиг во зборовите „NANNYS“ „NANNYS PANDA“ признаено на тужителот/противтужен со решение на Сојузниот завод за интелектуална сопственост во Белград припаѓа на второтужениот/противтужител.**

Во ставот 4 на пресудата наложено е на Заводот за интелектуална сопственост на Белград да во својот регистар ја евидентира промената што се однесува на правото на жиг во зборовите **„NANNYS“ „NANNYS PANDA“.**

Со реализирањето на промената да се избрише од регистарот тужителот/противтужениот, и на основа на пресудата да се запише второтужениот/противтужител како носител на субјективното право од жигот во зборовите **„NANNYS“ „NANNYS PANDA“.**

Во ставот 5 од изреката на пресудата, Трговскиот Суд во Белград констатирал дека **тужителот/противтужен преку неовластената употреба на заштитените надворешни знаци на второтужениот/противтужител, создал заблуда во бизнис и потрошувачкиот сектор на штета на второтужениот/противтужител, следствено ги повредил принципите и правилата на кои се базира заштитата на здравата конкуренција, лојалното натпреварување.**

Во ставот 6 од изреката на пресудата се забранува на тужителот/противтужен да ги употребува стоковите жигови **„NANNYS“ „NANNYS PANDA“, претставувајќи ги како сопствени знаци, да ги употребува за означување на сопствена стока, да ги рекламира во јавни медиуми, да ги користи на пакувањата на сопствената стока, на каталози, меморандуми, упатства, како и вршење на која било друга дејност и преземање на кои било други активности што претставуваат наружување на конкуренција во смисла на правниот режим на заштита на здравата и лојалната конкуренција. Во ставот 7 од изреката на пресудата се одбива барањето на второтужениот/противтужителот со кое бара Судот да го обврзе тужителот/противтужен на второтужениот да му исплати материјална штета во износ од 90.000 евра. Секоја од страните е должна да ги сноси трошоците во постапката.**

Анализирајќи ја фактичката состојба и материјалното право кое што е применето од страна на Трговскиот суд во Белград, јасна е тесната врска помеѓу правата од трговската марка и заштита од нелојална конкуренција. In concreto, иако Трговскиот суд во Белград и Вишиот трговски суд првенствено констатирале дека основано е правото на тужителот по основ на изнесените факти и докази, по укажувањето на Врховниот суд и постапувајќи по неговите упатства јасно констатирале и образложили дека тужителот нема право на надомест на штета и

право да се стави забрана за производство и дистрибуција на производите „NANNYS“ и „NANNYS PANDA“.

„Тужителот ДОО Медиа –експорт/импорт со тужениот Кепром ДОО и второтужениот противтужител ЛИНЕТЕ ХЕЛАС од Грција биле во деловна соработка. Во периодот од 1997 до 2003 година тужителот ДОО Медиа–експорт/импорт со второтужен-противтужител ЛИНЕТЕ ХЕЛАС од Грција по основ на договор за застапување имале статус на принципал и агент при што тужителот ДОО Медиа–експорт/импорт бил овластен на територијата на Република Македонија да ги продава производите (детски пелени) на второтужениот. Во 2003 година ова деловно партнерство престанува, а тужителот во Завод за заштита на права од интелектуална сопственост го регистрира жигот „NANNYS“ и „NANNYS PANDA“ и продолжува своите производи (според тврдењето на второтужениот-противтужител со далеку послаб квалитет) да ги продава како сопствени производи под жигот „NANNYS“ и „NANNYS PANDA“ и со ознака R.

На територијата на Република Србија и Црна Гора второтужен-противтужител ЛИНЕТЕ ХЕЛАС од Грција склучува договор за агентура по основ на кој што агентот Кепром ДОО (исто така тужен во постапката) бил должен да продава производи со жиг „NANNYS“ и „NANNYS PANDA“ во име и за сметка на второтужениот-противтужител во постапката (станува збор за класична агентура или договор за трговско застапување). Со оглед на фактот што на идентичен пазар Србија и Црна Гора се појавиле производи со идентичен жиг од различни производители, тужителот ДОО Медиа –експорт/импорт поднесува тужба за заштита на правата по основ на жигот што го има регистрирано во сојузниот Завод за интелектуална сопственост.¹⁴

Второтужениот-противтужител ЛИНЕТЕ ХЕЛАС од Грција поднел противтужба со која што во целост го оспорил барањето на тужителот, и истакнал дека носител на правата од жигот е тој, а дека тужителот преку употреба на „NANNYS“ и „NANNYS PANDA“ на сопствениите производи, пакувања, реклами итн., му причинил штета и ги повредил правата по основ на нелојална конкуренција. Трговскиот суд и Вишиот трговски суд на Белград го одбиле барањето на второтужениот за надомест на штета од 90.000 евра, на што последниот се жалел. Во жалбата второстепениот Суд ја потврдил првостепената пресуда во поглед на овој дел, и во поглед на трошоците на постапката.

По ревизија до Врховниот суд, во своите начелни ставови Судот истакнал дека правото на жиг in concreto е злоупотребено од страна на тужителот ДОО Медиа–експорт/импорт ДОО Медиа –експорт/импорт истакнувајќи ги следниве аргументи во обрзложението:

Второтужениот го користи овој жиг по основ на претходен договор за цесија со компанија со седиште во Брисел и фирма „RABCO

¹⁴Во доказната постапка тужителот ДОО Медиа –експорт/импорт пред судот презентира решение на Сојузниот завод за заштита на права од интелектуална сопственост во која што го потврдувал своето право по основ на решението од Сојузниот завод за заштита на права од интелектуална сопственост

MARKETING INTERNATIONAL“. Жигот го користи повеќе од 30 години. Фактот што жигот е регистриран од страна на Сојузниот Завод за заштита на правата од интелектуална сопственост е ирелевантен за докажувањето на правото по основ на жигот. Попрецизно, по преиспитувањето на пријавата Заводот констатирал дека не постои основано право, односно дека правото по основ на жигот му припаѓа на второтужениот.

Конечно, Врховниот суд во Белград по основ на сите изложени факти и докази пресудил во интерес на второтужениот, истакнувајќи дека тужителот **ДОО Медиа-експорт/импорт** од Скопје, постапил несовесно и нечесно при поднесувањето на пријавата за регистрација на жигот.¹⁵

Погоречитираната пресуда на Трговскиот суд во Белград ја презентиравме темелно и со цел да укажеме на тесната врска помеѓу начелото на чесност и совесност и принципите на кои почива здравата и лојална конкуренција на полето на индустриската сопственост.

Иако станува збор за комплексно прашање, сепак е јасно дека *in concreto* трговците во прометот мора да водат сметка за чесното однесување и чесните деловни практики во употребата на правата од индустриска сопственост. Не е лесно да се утврди една компактност околу прашањето за дефинирањето на она што претставува она дејствие спротивно на чесните практики. Стандардите на „чесност“ и „правичност“ во конкуренцијата не се ништо друго освен рефлексива на економските, социјалните и моралните концепти на едно дадено општество кое може да се разликува од држава во држава.¹⁶ Оттука, поимот на „чесност“ мора да се толкува од страна на судските органи на засегнатата земја. Токму судовите и арбитражните органи ја имаат надлежноста истовремено и одговорноста во утврдувањето на стандардите и повреда на принципите на чесно однесување во деловното опкружување.

Концепции на чесните практики воспоставени од страна на меѓународната трговија, исто така треба да се земат во предвид, особено во случаи на конкуренција помеѓу организации во различни земји. Од компаративен правен аспект, различните правни системи предвидуваат повеќе или помалку различни решенија кои се однесуваат на заштитата на правата во процесно правна смисла, и материјалното право кое се однесува на правата и обврските по основ на права од индустриска сопственост.

Трговската марка=ПРАВО

Трговската марка НЕ Е знак

Трговската марка НЕ Е бренд

Трговската марка НЕ Е стокова марка

Conclusion:

Trademarks as submissive of the expansion in the business world, are resulting with need for adequate and effective protection of well-known trademarks worldwide. Although, it is new problematics, especially for small and medium enterprises, Republic of Macedonia must be in line with European and world standards, legal regimes, practices. The legal framework and the established court practice are the base on which the holders of industrial property rights will act.

¹⁵Во елаборирањето на оваа пресуда не случајно пристапивме кон потемелно образложување на фактите и доказите во постапката. Имено, со цел да ја нагласиме важноста на начелата на совесност и чесност во детерминирањето на правата по основ на трговските марки се послужиравме со поголем дел од текстот на пресудата што електронски не е достапна.

¹⁶

Види

повеќе:

http://www.esa.int/About_Us/Law_at_ESA/Intellectual_Property_Rights/Protection_against_unfair_competition
[пристапено на ден 18.05.2017]

Trade companies entering the world of branded products and services must to feel legal certainty, a consistent state policy for the protection of trademark rights, to invest in their own brands and to develop their business. This full convergence with the world's largest companies are coming with a transfer of industrial property rights. The legal framework and in particular the implementation of the framework by the courts play a key role in this field. Responsibility is the same for both the private sector and the public sector through the authorities' prism.

The attractiveness of this issue necessarily arises from the influence of industrial rights on the growth and development of the holders / entities of these rights, especially from the expansion of the industrial property rights to the growth and development of trade companies and other traders. In addition to this, it is necessary the influence of competition that affects the economic parameters to be added especially in the field of the business sector and the consumer sector. The protection of industrial property rights is essentially closely linked to the protection of competition rights, that is, the creation of healthy and loyal competition in the global market.

Библиографија:

- [1] Besarović, V., *Intelektualna svojina*, udžbenik, Beograd, 2000
- [2] Elster, A., *Urheber- und Erfinder-, Warenzeichen- und Wettbewerbsrecht*, Zweite Auflage, Berlin – Leipzig, 1928.,
- [3] Zlatović, D., *Zabrane u žigovnom pravu (Apsolutni i relativni razlozi za isključenje)*, Zbornik Prav. Fak. Sveuč. Rijeka, 2001,
- [4] Марковић, С.М., *Право интелектуалне својине*, Службени гласник, Белград, 2000 година
- [5] Симјановски, С., *Трговска Марка-апсолутни и релативни причини за одбивање на пријавата за трговска марка*, Државен завод за индустриска сопственост, Скопје, 2009
- [6] Honrado, F., *Overview of trademark procedures in Europe, in particular at the Office for the Harmonisation of the Internet Market*, 2003.
- [7] Закон за трговските друштва („Службен весник на Република Македонија“ бр. 28/2004; 84/2005; 25/2007; 87/2008; 42/2010; 48/2010; 24/2011; 166/2012; 70/2013; 119/2013; 120/2013; 187/2013; 38/2014; 41/2014; 138/2014; 88/2015; 192/2015; 6/2016; 30/2016 и 61/2016).
- [8] Законот за заштита на потрошувачите („Службен весник на Република Македонија“ бр. 38/2004, 77/2007, 103/2008, 24/2011, 164/2013, 97/2015 и 152/2015).
- [9] http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/intproperty/611/wipo_pub_611.pdf
- [10] http://www.esa.int/About_Us/Law_at_ESA/Intellectual_Property_Rights/Protection_against_unfair_competition